

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menurut Friedman (1970) dulunya satu-satunya tanggung jawab sosial perusahaan adalah hanya meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham, mungkin benar secara konteks pada tahun 1960an atau 1970an. Hal ini dikarenakan semboyan klasik yang dulunya diterapkan oleh banyak korporasi dimana “waktu adalah uang” (Rusdiyanto, 2014), menganggap bahwa memenuhi kebutuhan pribadi atau perusahaan dengan sepenuhnya mengejar keuntungan adalah tujuan yang utama perusahaan. Selaras dengan pernyataan Friedman, jadi orientasi tanggung jawab (sosial) perusahaan pada waktu itu hanya pada *profit maximization* atau dengan istilah lain *single bottom line*. Aktivitas seperti itu sangat didasari oleh pemikiran filosofi *dualism* yang cenderung cara berfikirnya konvensional, bahwa tugas korporasi adalah mencari keuntungan. Setelah mendapat keuntungan, korporasi baru memperhatikan persoalan sosial. Problematika dari pemikiran filosofis ini adalah sifat tamak (*profit maximization*) dari korporasi sulit dikontrol oleh hukum. Kapan korporasi akan menentukan bahwa keuntungannya telah cukup, dan saatnya untuk memperhatikan persoalan sosial, adalah tidak dapat diperkirakan (Clark, 1986). Secara teoritik, para pendiri perusahaan membuat kontrak untuk bekerjasama mendirikan korporasi dengan maksud dan tujuan individualistik (*privately*). Artinya mereka hanya melimpahkan amanat kepada direksi sesuai dengan maksud dan tujuan pendirian korporasi, dimana pada umumnya mereka hanya befokus pada *profit oriented* (Wolfe, 1993).

Namun kondisi dan nilai-nilai masyarakat saat ini telah berubah. Masyarakat dunia yang sebagian ikut merasakan adanya ketimpangan sosial dan kemalangan yang harus dididerita oleh sebagian saudara yang lainnya, akan mempunyai ekspektasi yang berbeda terhadap korporasi (Fajar, 2013). Bahwasanya bisnis bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga tereliminasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan (Daniri, 2006). Ketika perusahaan hanya fokus mencari keuntungan sebanyak-

banyaknya demi kepentingan pemegang saham, maka kemungkinan besar bisnis yang dijalankan akan cenderung menyimpang. Pencemaran lingkungan dan sikap tidak peduli terhadap masyarakat sekitar adalah salah satu penyimpangan yang sering terjadi. Dengan begitu tanggung jawab sosial dari perusahaan sangat dibutuhkan. Perubahan lingkungan yang dinamis, baik dipicu oleh kekuatan eksternal maupun kekuatan internal telah memaksa para pelaku bisnis untuk tidak saja harus selalu meningkatkan laba dan kinerja, tetapi juga mesti peduli terhadap problem sosial.

Entitas bisnis harus menerapkan prinsip *triple bottom line*. Istilah *triple bottom line* dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya *Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan 3 P (*profit, people, planet*). Selain mengejar profit perusahaan mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Dalam gagasan tersebut perusahaan harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya selain aspek ekonomi (Wibisono, 2007; Rachman, Efendi dan Wicaksana, 2011).

Perusahaan yang menggunakan *triple bottom line*, selain melaporkan aspek keuangan juga melaporkan aspek kepedulian sosial dan upaya pelestarian lingkungan hidup (Effendi, 2009). Fenomena inilah yang menyulut wacana *corporate social responsibility* (CSR) yang menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekadar aktifitas ekonomi (menciptakan *profit* demi kelangsungan bisnis), melainkan juga termasuk tanggung jawab sosial termasuk lingkungan (Kartini, 2013; Kotler and Lee, 2008). CSR merupakan wacana yang semakin umum dalam dunia bisnis di Indonesia, dimana fenomena ini dipicu oleh semakin mengglobalnya tren mengenai praktek CSR dalam bisnis (Fitria dan Hartanti, 2010). Sebagai salah satu pendekatan sukarela yang berada pada tingkat *beyond compliance*, penerapan CSR saat ini berkembang pesat termasuk di Indonesia sebagai respon dunia usaha yang melihat aspek sosial dan lingkungan sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan resiko, menuju *sustainability* dari kegiatan usahannya (Kartini, 2013). Secara singkat CSR mengandung makna bahwa perusahaan memiliki tugas moral

jujur, mematuhi hukum, menjunjung tinggi integritas dan tidak korupsi. CSR menekankan bahwa perusahaan mesti mengembangkan praktik bisnis yang etis dan *sustainable*, secara ekonomi, sosial dan lingkungan (Cragg *et al*, 2016). Tidak mengherankan kalau kemudian CSR dianggap sebagai jawaban terhadap praktik bisnis yang mencari untung sebesar-besarnya. Bahkan sementara kalangan menganggap bahwa CSR dianggap sebagai beban yang mengganggu konsentrasi perusahaan untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

Terkait dengan CSR, isu yang sedang menjadi topik perbincangan di berbagai penjuru dunia dalam pengelolaan sumber daya alam adalah isu *global warming*. Dimana berbagai kalangan masyarakat dunia mulai peduli terhadap lingkungan mereka dan berbagai macam cara mereka lakukan untuk memperbaiki kerusakan alam. Kesadaran masyarakat terhadap lingkungan mulai tumbuh dan berkembang di semua negara (Dwijayanti, 2011). Puncaknya, ditandatangani Protokol Kyoto oleh beberapa negara di dunia, yang merupakan sebuah amandemen terhadap Konvensi Rangka Kerja PBB tentang Perubahan Iklim (*United Nation Framework Convention on Climate Change/UNFCCC*) (Kardono, 2010), sebuah persetujuan internasional mengenai pemanasan global. Negara-negara yang meratifikasi protokol ini berkomitmen untuk mengurangi emisi/pengeluaran karbon dioksida dan lima gas rumah kaca lainnya, atau bekerja sama dalam perdagangan emisi untuk mengatasi pemanasan global. Pertumbuhan perdagangan karbon sukarela telah disertai dengan munculnya pengungkapan karbon sukarela.

Indonesia telah meratifikasi Protokol Kyoto melalui UU No. 17 Tahun 2004 dalam rangka melaksanakan pembangunan berkelanjutan serta ikut serta dalam upaya menurunkan emisi Gas Rumah Kaca (GRK) global. Indonesia berkomitmen untuk mengurangi emisi karbon dapat dilihat pada pasal 4 Perpres No. 61 Tahun 2011, yang menyebutkan bahwa pelaku juga ikut andil dalam upaya penurunan emisi GRK. Upaya pengungkapan emisi GRK (termasuk emisi karbon) yang dilakukan oleh perusahaan sebagai pelaku usaha dapat diketahui dari pengungkapan emisi karbon (*Carbon Emission Disclosure*) (Jannah dan Muid, 2014). Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 juga menegaskan PT untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan atas segala aktifitas operasinya (Said, 2015).

Di Indonesia praktek pengungkapan tanggung jawab sosial diatur oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). PSAK No.1 paragraf 9 secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mengenai masalah lingkungan dan sosial. Oleh karena itu, pengguna laporan keuangan tidak terbatas pada sebagian *shareholder*, namun telah meluas kepada keseluruhan *stakeholder* lain seperti karyawan, pemasok, pelanggan, masyarakat dan lainnya.

Beberapa penelitian terdahulu terkait pengungkapan emisi karbon di Indonesia diantaranya yaitu, penelitian yang dilakukan Jannah dan Muid (2014) menemukan bahwa luas pengungkapan emisi dipengaruhi secara signifikan oleh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage*, namun tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kinerja lingkungan (ranking PROPER). Penelitian Pradini (2013) menemukan bahwa luas pengungkapan emisi karbon dipengaruhi secara signifikan oleh ranking PROPER dan ukuran perusahaan, sedangkan profitabilitas dan *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan. Penelitian Ghazali (2015) menemukan bahwa luas pengungkapan emisi karbon dipengaruhi secara signifikan oleh ukuran perusahaan dan profitabilitas, sedangkan klasifikasi PROPER dan *leverage* tidak memiliki pengaruh signifikan. Penelitian mengenai pengungkapan emisi karbon di luar Indonesia diantaranya yaitu, Penelitian Lorenzo (2009) menemukan bahwa ada hubungan langsung antara ukuran perusahaan dan kapitalisasi pasar dengan pengungkapan emisi karbon berdasarkan petunjuk GRI. Rankin *et al.* (2011) menemukan bahwa luas pengungkapan sukarela emisi karbon dipengaruhi oleh keberadaan sistem manajemen lingkungan, pelaporan publik mengenai Carbon Disclosure Project (CDP), dan penggunaan GRI. Kemudian Chu *et al.* (2013) dalam penelitiannya menemukan bahwa sektor industri dan ukuran perusahaan mempengaruhi pengungkapan emisi gas rumah kaca.

Sementara itu penelitian tentang pengungkapan emisi terhadap nilai perusahaan, diantaranya penelitian Saka dan Tomoki (2014) tentang pengungkapan emisi karbon dan nilai perusahaan membuktikan bahwa pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Demikian juga dengan Li *et al* (2015) mengungkapkan mengenai pengaruh *carbon emission disclosure* terhadap naiknya nilai perusahaan melalui likuiditas pasar serta biaya ekuitas pasar di China.

Penelitian mengenai nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan diantaranya adalah penelitian Astuti dan Setiawati (2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Suhardjanto dan Nugraheni (2012) menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan CSR dan jenis perusahaan. Penelitian Febrianti (2012) menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan *Debt to equity ratio* (DER), namun tidak dipengaruhi secara signifikan oleh struktur aktiva, tingkat likuiditas, profitabilitas, dan *Leverage*. Penelitian Safitri dan Wijaya (2015) menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh Earning Per Share, namun tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *Leverage* Rasio, Dividen Payout Rasio dan Kepemilikan manajerial. Penelitian Putri dan Raharja (2013) menemukan bahwa (1) CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang didorong oleh tingkat pengungkapan CSR; (2) kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang melemahkan hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Pada dasarnya penelitian ini mengacu pada Jannah dan Muid (2014) dan Saka dan Tomoki (2014). Peneliti mencoba untuk menguji karakter perusahaan dengan *emission carbon disclosure* serta dampaknya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di Indonesia karena masih sedikit penelitian terkait dengan karakter perusahaan dengan *emission carbon disclosure* dan nilai perusahaan. Topik terkait *emission carbon disclosure* merupakan hal yang menarik karena tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan tidak hanya pada sekitar perusahaan. Namun, perusahaan harus bertanggung jawab terkait pemanasan global yang terjadi karena aktivitas perusahaan menghasilkan karbon yang berlebih.

Peneliti beranggapan bahwa ketika pengungkapan *social disclosure* yang dilakukan perusahaan semakin baik maka *stakeholder* akan makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan.

Obyek penelitian ini mengambil perusahaan yang terdaftar di BEI yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) pada tahun 2012-2014. Pemilihan

sampel pada perusahaan JII ini karena, perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam JII hampir semua adalah perusahaan yang tergolong high profil, dimana perusahaan high profil dikategorikan sebagai perusahaan intensif dalam menghasilkan emisi karbon. Perusahaan intensif penghasil emisi karbon berpeluang besar dalam melakukan pengungkapan emisi karbon. Dimana pengungkapan emisi karbon ini sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan atau kepedulian perusahaan terhadap lingkungan yang diakibatkan dari aktifitas operasinya.

Selanjutnya ketidakkonsistennya hasil dari beberapa peneliti terdahulu membuat peneliti untuk meneliti kembali pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan emisi karbon dan pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan.

B. RUMUSAN MASALAH

Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*firm value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Keberlanjutan perusahaannya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, diberbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. *Emission Carbon Disclosure* setidaknya menunjukkan peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan sosial di lingkungannya. Oleh karena itu, dibutuhkan acuan (*guideline*) untuk mengukur sejauh mana perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdapat pada Bursa Efek Indonesia membuat laporan tanggung jawab sosial yang turut menyajikan aspek-aspek *carbon emission*. Oleh karena itu berdasar latarbelakang yang telah dikemukakan, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah karakteristik perusahaan yang diproksi dengan profitabilitas, ukuran perusahaan, *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon?
2. Apakah pengungkapan emisi karbon berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis secara empiris pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan emisi karbon?
2. Untuk menganalisis secara empiris pengaruh pengungkapan emisi karbon terhadap nilai perusahaan?

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi pada pengembangan teori di Indonesia, khususnya tentang pengungkapan emisi karbon yang masih bersifat sukarela dan digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor dan Calon Investor

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan investasi, mengingat pengungkapan informasi yang berkaitan dengan *emission carbon* merupakan salah satu hal yang penting bagi *stakeholder* yang mempertimbangkan pertanggungjawaban lingkungan.

b. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana serta referensi untuk menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan dan membantu memahami pengungkapan informasi yang *carbon emission disclosure*

(mengapa mereka perlu mengungkapkan hal tersebut) sebagai dasar penentuan pengambilan keputusan bagi manajemen perusahaan.

c. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam penentuan kebijakan yang berkaitan dengan *carbon emission disclosure*.